

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA

**(Studi Kasus Di Wilayah Kuningan Barat Jakarta Selatan
Periode Oktober 2012 – Maret 2013)**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis dan Keuangan

Disusun oleh:
Siti Lazza Faizah
109100045



**SEKOLAH ADMINISTRASI BISNIS DAN KEUANGAN
INSTITUT MANAJEMEN TELKOM
BANDUNG
2013**